

## Засвідчення Національної поліції України із засобами масової інформації в сучасних умовах

Семижон А.В., курсант 3-го курсу ННІ №1 НАВС.

Науковий керівник: кандидат юридичних наук, доцент кафедри управління та роботи з персоналом Національної академії внутрішніх справ **Пелагеша О.Г.**

Розвиток української державності на даному етапі характеризується підвищенням прозорості та демократичності діяльності всіх державних органів, формуванням партнерських відносин між інституціями держави і суб'єктами громадянського суспільства. Постійна взаємодія влади і суспільства – необхідна умова політичної стабільності й процвітання кожної держави, у тому числі й України, оскільки проблеми її розвитку неможливо розв'язати без підтримки суспільства. Це певною мірою стосується і діяльності правоохоронних органів.

Створюючи новий орган державної влади, законодавець приділив особливу увагу питанням співпраці поліції з населенням. Так, згідно з основними принципами, а саме взаємодії з населенням на засадах партнерства, діяльність Національної поліції здійснюється в тісній співпраці та взаємодії з населенням, територіальними громадами та громадськими об'єднаннями на засадах партнерства і спрямована на задоволення їхніх потреб.

Важливу роль у реалізації цих демократичних інститутів відіграють саме засоби масової інформації (далі – ЗМІ), які займають особливе місце у соціальному контролі за діяльністю органів державної влади, впливаючи на світогляд людей, формуючи громадську думку і виступаючи гарантом демократичних перетворень. Саме ЗМІ є одним з найоперативніших та в цілому об'єктивним джерелом одержання правової та іншої соціально значущої інформації щодо Національної поліції України.

Процес побудови взаємовідносин поліції зі ЗМІ має динамічний характер, якому властиво змінюватися залежно від того, в якому середовищі відбувається побудова відносин, які є умови для успішного перебігу процесу, які фактори заважають відбуватися процесу взаємодії, що потрібно змінити заради отримання позитивного результату. Правоохоронна система і ЗМІ функціонують в одному соціальному середовищі. Виконуючи різні функції і маючи різну природу, вони, проте, повинні однаково служити суспільним інтересам. Важливість зв'язку поліції зі ЗМІ зумовлена тим, що висвітлення діяльності поліції в ЗМІ, має значну вагу у формуванні іміджу Національної поліції.

Зміст взаємодії Національної поліції із ЗМІ можна з'ясувати через її організаційно-правові форми. Це впливає з діалектичної єдності форми та змісту об'єкта, що досліджується. Формами взаємодії Національної поліції зі ЗМІ можна вважати такі організаційно-правові засади побудови процесу взаємовідносин із засобами масової інформації, які використовуються суб'єктами цієї взаємодії для ефективного використання можливостей один одного в досягненні спільної мети.

Аналіз наукових праць вчених показав, що взаємодія правоохоронних органів із ЗМІ може відбуватися шляхом двох основних форм: соціального партнерства та соціального альянсу. Соціальне партнерство визначається як взаємокорисна діяльність двох суб'єктів, за якої на основі сумісних дій проявляється можливість подолання соціальних проблем (безпритульності, наркоманії, корупції, злочинності, забруднення навколишнього середовища). Головною рисою соціального партнерства є довготривалість.

Протилежною формою взаємодії поліції зі ЗМІ є взаємодія у формі соціального альянсу. Це така форма взаємодії, що являє собою короткострокове об'єднання зусиль і ресурсів обох суб'єктів взаємодії для досягнення конкретної мети. Негативним у формі соціального альянсу виступає той факт, що такі відносини не є стабільними.

На основі цих двох форм вчені виділили дві моделі налагодження взаємодії правоохоронних органів із ЗМІ:

1. Модель, яка активно практикується у країнах ЄС, а також США, Канаді, Японії та в ряді інших країн. Умовно її можна визначити як партнерську, тому що взаємодія (партнерство) правоохоронних органів зі ЗМІ розглядається як єдина допустима форма діяльності поліції.

2. Модель, яку можна визначити як адміністративну, розвиток якої, головним чином, відслідковується на просторі колишнього СРСР та деяких країн Східної Європи. Вона є адміністративною з тієї причини, що процес взаємодії правоохоронних органів та інших суб'єктів громадянського суспільства, зокрема і ЗМІ, – від державних структур до простих громадян –

розглядається як одна з основних форм охорони та підтримки громадського порядку, а також додатковий ресурс, до якого тільки іноді можуть звертатися правоохоронні органи.

Належність взаємодії Національної поліції із ЗМІ до тієї чи іншої моделі визначити важко, оскільки на даному етапі розвитку української державності така взаємодія знаходиться в перехідному стані, тобто вона поступово переходить від адміністративної до партнерської (де-юре вона вже партнерська, але де-факто із залишками адміністративної моделі). Це досить позитивний фактор, оскільки соціальне партнерство поступово витісняє соціальний альянс, чим не тільки підвищує рівень взаємодії поліції із ЗМІ, а й значно покращує імідж поліції та здійснює позитивний вплив на правосвідомість громадян.

До складу структурного апарату Національної поліції України входить Департамент комунікації, який координує проведення інформаційної політики територіальних органів та структурних підрозділів апарату Національної поліції України, здійснює взаємодію із засобами масової інформації та громадськістю. Основними завданнями Департаменту є координація заходів підрозділів Національної поліції України, спрямованих на реалізацію інформаційної політики поліції; впровадження гласності та відкритості в діяльності територіальних органів поліції; інформування громадян про діяльність Національної поліції України через засоби масової інформації; забезпечення функціонування офіційного веб-сайту Національної поліції України в режимі інформантства; проведення моніторингу та аналізу інформації, яка викладена в засобах масової інформації, мережі Інтернет, про діяльність Національної поліції; організація нормативно-правового забезпечення Національної поліції України.

Попри ефективну роботу Департаменту комунікації, для підвищення ефективності взаємодії поліції із ЗМІ та переходу до нової моделі, необхідно усунути певні недоліки. Зокрема, слід враховувати такі аспекти:

1. Правове забезпечення кадрової роботи в Національній поліції для поліпшення діяльності зі ЗМІ.
2. Підвищення комунікативної компетенції працівників поліції, на-самперед тих служб, що є «візитною карткою».
3. Урахування громадської думки в діяльності поліції, виявлення стереотипів і рівня поінформованості населення про роботу поліції, довіри до неї.
4. Цілеспрямоване формування стратегії подання інформації про діяльність поліції в засобах масової інформації.
5. Використання передового закордонного досвіду в налагодженні зв'язків поліції із громадськістю.

Таким чином, можна зробити висновок, що взаємодія Національної поліції України із ЗМІ – це своєчасна, систематична передача об'єктивної інформації в питаннях правоохоронної діяльності від одного суб'єкта взаємодії (Національної поліції) до іншого (ЗМІ). На даний час така взаємодія перебуває на перехідному етапі, у процесі вдосконалення своїх форм, напрямів і методів. Проте, у порівняльному аспекті з минулою «міліцією», Національна поліція має набагато кращі результати щодо взаємодії із ЗМІ, про що говорить поступовий перехід до соціального партнерства та партнерської моделі взаємодії.

Від ефективності, чіткості і налагодженості взаємодії поліції із ЗМІ залежить рівень захисту основ конституційного ладу, моральності, здоров'я, прав і законних інтересів інших осіб, забезпечення оборони країни і безпеки держави. Тому розглянуті засади взаємодії із ЗМІ будуть сприяти активізації співпраці поліції із представниками ЗМІ, сприяти протидії злочинності і забезпеченню правопорядку.